

# 1. 千葉市産業の現状と課題 (1) 産業分野の視点① <中核産業の立地状況>

## <現状認識>

- 臨海部では、京葉工業地帯の一翼を担う鉄鋼・電力等の素材型産業や食品関連産業が、内陸部では、工業団地を中心として一般機械・金属加工型工業が集積。【図1】
- 従来からの中核産業である製造業は、千葉市の従業者数は1割に満たない【図2】ものの、製造業の労働生産性は他の産業よりも高い【図3】ため、地域経済の成長にとって重要な産業。
- 製造業以外では、亥鼻イノベーションプラザ入居企業を中心としたヘルスケア関連産業など、地域の中核になり得る産業はあるが、産業集積としては十分とは言い難い。



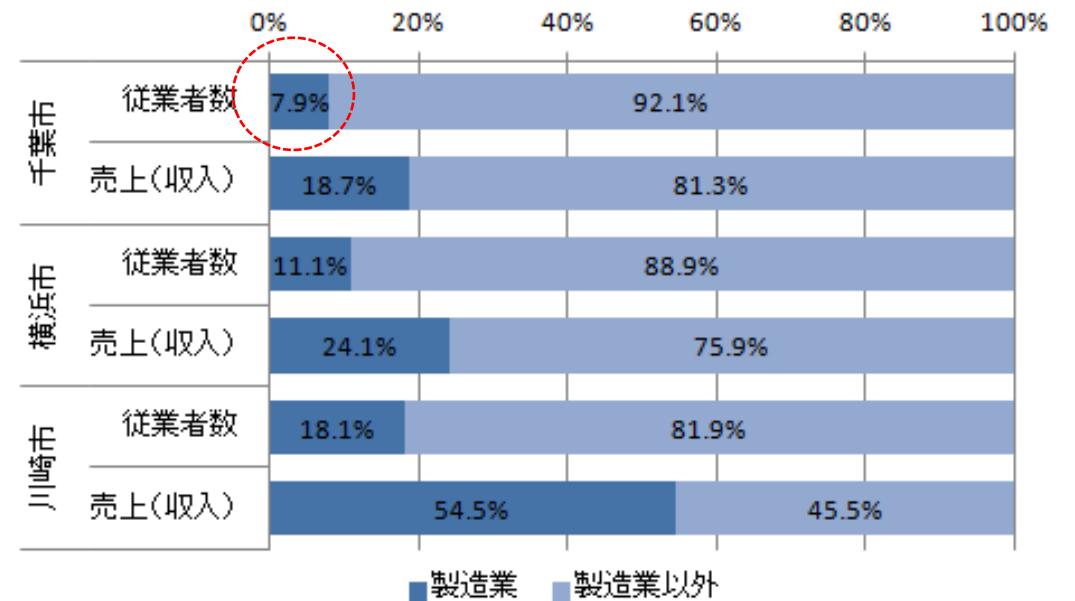
## <取るべき対応（課題）>

- 中核となる企業とその周辺・関連企業のまとまり（=産業集積）が存在する地域ほど生産性も高まる傾向があることから、製造業やヘルスケア関連産業などの中核企業を育成・誘致し、その周辺・関連産業のまとまりを生み出す必要がある。
- 本社機能、生産機能の集約化の受け皿として、規制緩和の推進等により新たな企業立地を促進する必要がある。
- 既存製造業企業について、事業の高度化を目的とした追加投資を促進する必要がある。

【図1】千葉市の産業拠点マップ

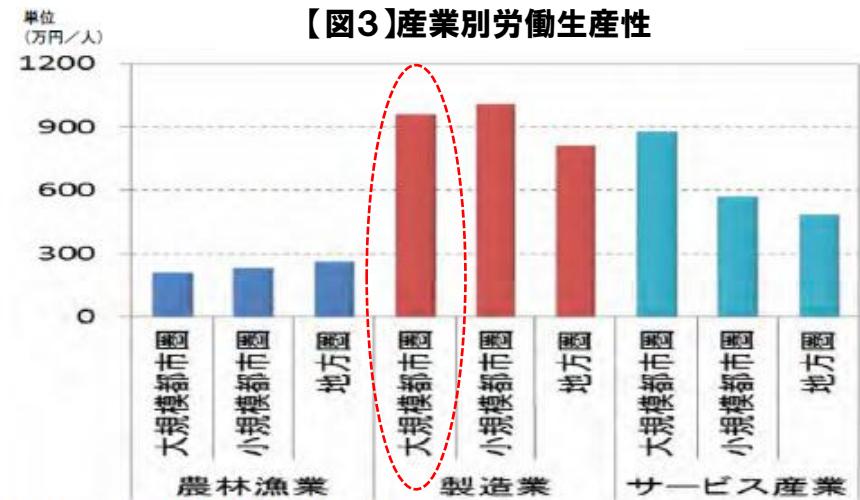


【図2】千葉市・横浜市・川崎市における製造業のシェア(従業者数・売上(収入)ベース)



資料) 総務省「平成24年経済センサスー活動調査」(平成26年2月)よりMURC作成

【図3】産業別労働生産性



出所: 総務省「国勢調査」(2010年)、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(2012年)等から作成。

資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会(第6回)」配布資料(平成26年10月)

資料) 千葉市ウェブサイト

# 1. 千葉市産業の現状と課題 (1) 産業分野の視点② <サービス産業／中小事業者の状況>

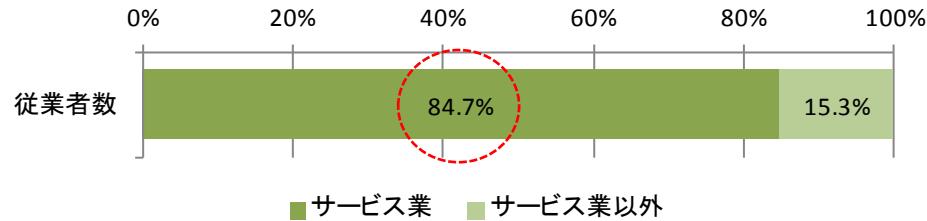
## <現状認識>

- サービス産業は、千葉市内従業者の約85%が従事する主力産業。【図4】
- サービス業には、産業特性から見て、情報通信産業など需要の属地性が少なく「域外から稼ぐ」ことができる業種と、小売業、医療・福祉など「地域の生活を直接支える」業種があり、千葉市におけるサービス産業の事業所数・従業者数は【図5】の通り。
- 千葉市のような大規模経済圏では、小規模経済圏と比較した場合に、情報通信産業の生産性が高い傾向にあるが、他の業種ではそれほど高くない。【図6】

## <取るべき対応（課題）>

- 情報通信業など、比較的企業立地に自由度の高い「域外から稼ぐ」ことができるサービス産業については、他の大規模経済圏の需要獲得へ向けた競争力強化が必要である。
- サービス産業の生産性は、経済圏の規模が小さくなるほど低く【図3（再掲）】、千葉市のような大規模経済圏では、県東南地域も含めた、小売業、医療・福祉など「地域の生活を直接支える」サービス産業の生産性向上に取り組む必要性が高まっている。

【図4】千葉市におけるサービス業のシェア(従業者数ベース)



資料) 総務省「平成24年経済センサスー活動調査」(平成26年2月)よりMURC作成

【図5】千葉市におけるサービス産業の事業所数・従業者数

| 産業分類            | 事業所数  | 従業者数   |
|-----------------|-------|--------|
| 情報通信業           | 394   | 11,897 |
| 運輸業、郵便業         | 760   | 24,545 |
| 卸売業、小売業         | 7,347 | 89,070 |
| 金融業、保険業         | 609   | 14,812 |
| 不動産業、物品賃貸業      | 2,311 | 11,296 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 1,379 | 14,330 |
| 宿泊業、飲食サービス業     | 3,556 | 37,967 |
| 生活関連サービス業、娯楽業   | 2,716 | 17,421 |
| 教育、学習支援業        | 1,015 | 16,207 |
| 医療、福祉           | 2,310 | 40,888 |
| 複合サービス事業        | 123   | 1,104  |
| その他             | 2,028 | 48,353 |

「域外から稼ぐ」ことができる業種

注釈) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会(第6回)」配布資料(平成26年10月)によれば、卸売業、小売業、教育、学習支援業、医療、福祉については、人口密度と生産性の相関係数が特に高いことが指摘されており、「地域の生活を直接支える」業種とした。

資料) 総務省「平成24年経済センサスー活動調査」(平成26年2月)よりMURC作成

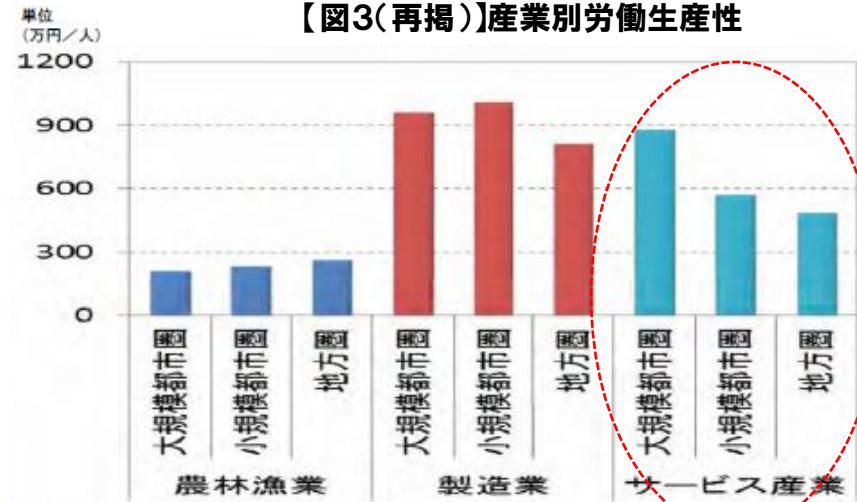
「地域の生活を直接支える」業種

【図6】サービス業における人口規模別の生産性格差  
<規模別労働生産性(万円/人)>

|          | 大規模<br>(30万以上) | 小規模<br>(30万未満) | 生産性格差<br>(大/小) |
|----------|----------------|----------------|----------------|
| 情報通信     | 826            | 346            | 2.4            |
| 運輸       | 458            | 355            | 1.3            |
| 卸売・小売    | 573            | 366            | 1.6            |
| 金融       | 1315           | 857            | 1.5            |
| 不動産      | 743            | 485            | 1.5            |
| 学術研究等    | 613            | 360            | 1.7            |
| 宿泊・飲食    | 238            | 202            | 1.2            |
| 生活関連サービス | 316            | 246            | 1.3            |
| 教育       | 246            | 108            | 2.3            |
| 医療・福祉    | 426            | 332            | 1.3            |
| 複合サービス   | 419            | 364            | 1.2            |
| その他      | 393            | 252            | 1.6            |

資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会(第6回)」配布資料(平成26年10月)

【図3(再掲)]産業別労働生産性



出所: 総務省「国勢調査」(2010年)、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(2012年)等から作成。

資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会(第6回)」配布資料(平成26年10月)

# 1. 千葉市産業の現状と課題 (1) 産業分野の視点③ <観光・MICEの動向>

## <現状認識>

- 我が国の訪日客数は増加基調にあり2014年には1千3百万人を超え、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催決定により、今後、特にアジアを中心とした観光需要は更なる高まりが予測される。
- 千葉市の観光資源について、ブルー（海辺）は富士山やスカイツリーを望める人工海浜など比較的充実しているが、グリーン（内陸）の方はコンテンツが不十分である。【図7】
- 幕張新都心の活動人口は来訪者を中心に増加しているが、大規模商業施設の開業が主要因である。【図8】
- 幕張メッセの来場者数は近年増加しているものの、長期的にみるとピーク時とは開きがある。また、MICEは経済効果が大きく、都市ブランドの向上につながることから世界的にも注目されている。【図9】



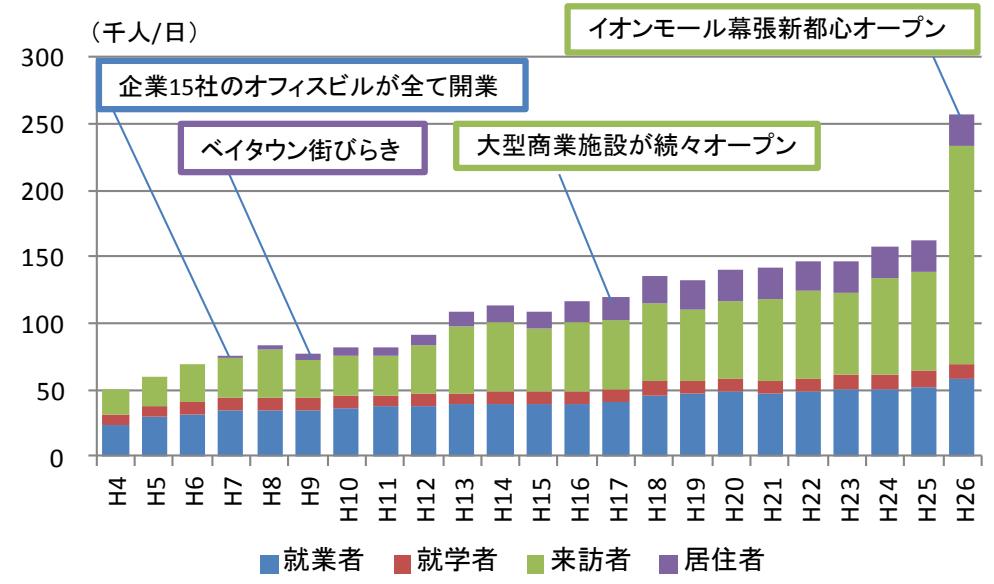
## <取るべき対応（課題）>

- 観光資源の磨き上げ（例えば、農家レストラン「グリーン」のコンテンツ充実など）とともに、集客プロモーションの強化や、インバウンドの推進により世界の観光需要を取り込む必要がある。
- 幕張新都心の経済効果を最大化するため、市内宿泊者数の増加や幕張メッセの稼働率向上を図りつつ、幕張メッセの存在を活かした積極的なMICE誘致を行う必要がある。
- 国際的な会議やイベントの誘致へ向けて、幕張新都心の海辺や公園などの自然環境を含めた、千葉市の開催ポテンシャルをPRする必要がある。

【図7】千葉市の「ブルー」&「グリーン」戦略



【図8】幕張新都心の日々活動人口の推移



資料) 千葉市資料よりMURC作成

【図9】幕張メッセ来場者数の推移



資料) 千葉市資料よりMURC作成

### 幕張メッセの経済波及効果

- 幕張メッセの経済波及効果（平成18年度調査）  
県内への経済波及効果 年間約970億円、県内への雇用創出効果7,269人
- 幕張新都心の税収効果（平成19年度決算）  
県税 約36億円、市税 約153億円（計約189億円）

資料) 千葉市ウェブサイトよりMURC加筆

資料) 千葉県資料等よりMURC作成

# 1. 千葉市産業の現状と課題 (2) 広域経済圏の視点

## <現状認識>

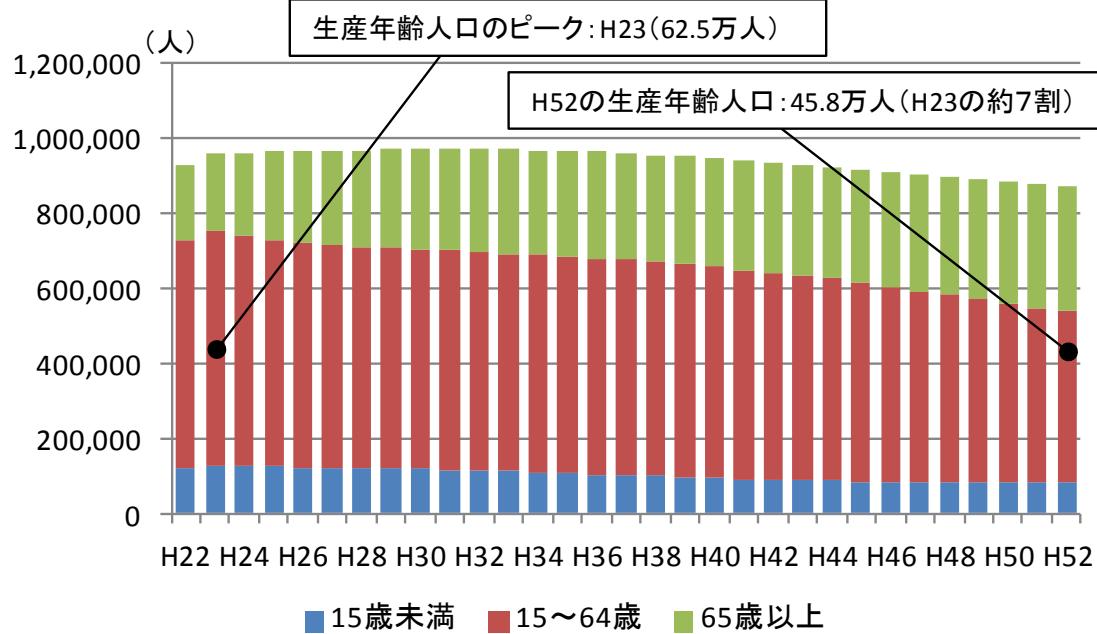
- 千葉市では、今後生産年齢人口が減少し、高齢者人口が増加していく【図10】ことから、市場規模の縮小と労働力不足という課題が顕在化すると予想される。
- 人口の重心が徐々に県北西の東葛・葛南エリアに移りつつある中で、千葉市周辺市町村、特に県東南部での人口減少が著しいため、雇用や高次都市機能が集積する千葉市の役割が高まりつつある。【図11】



## <取るべき対応 (課題)>

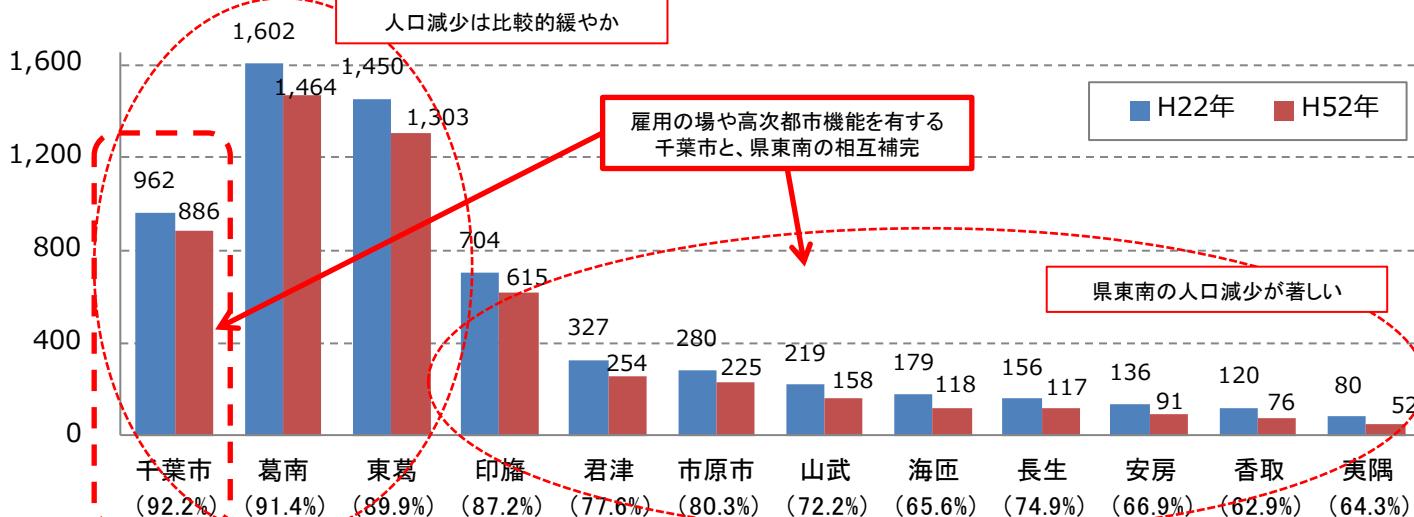
- 人口構造の変容に伴い、周辺地域との機能補完により地域の生活を支えるサービスを提供するなど、千葉市を中心とした広域経済圏での市場形成をはかる必要がある。【図12】
- 広域経済圏を支える核都市として、周辺地域との補完により新たな産業を育成していくことで、県東南地域に対して雇用の場を提供するとともに、大都市特有の人材の多様性を活かし、チャレンジ精神に富む産業人材を育成・輩出していく必要がある。
- 生産年齢人口の減少に少しでも歯止めをかけるため、企業立地の促進することで新たな雇用の場を生み出す必要がある。

【図10】千葉市の将来人口



資料) 千葉市「人口推計結果」よりMURC作成

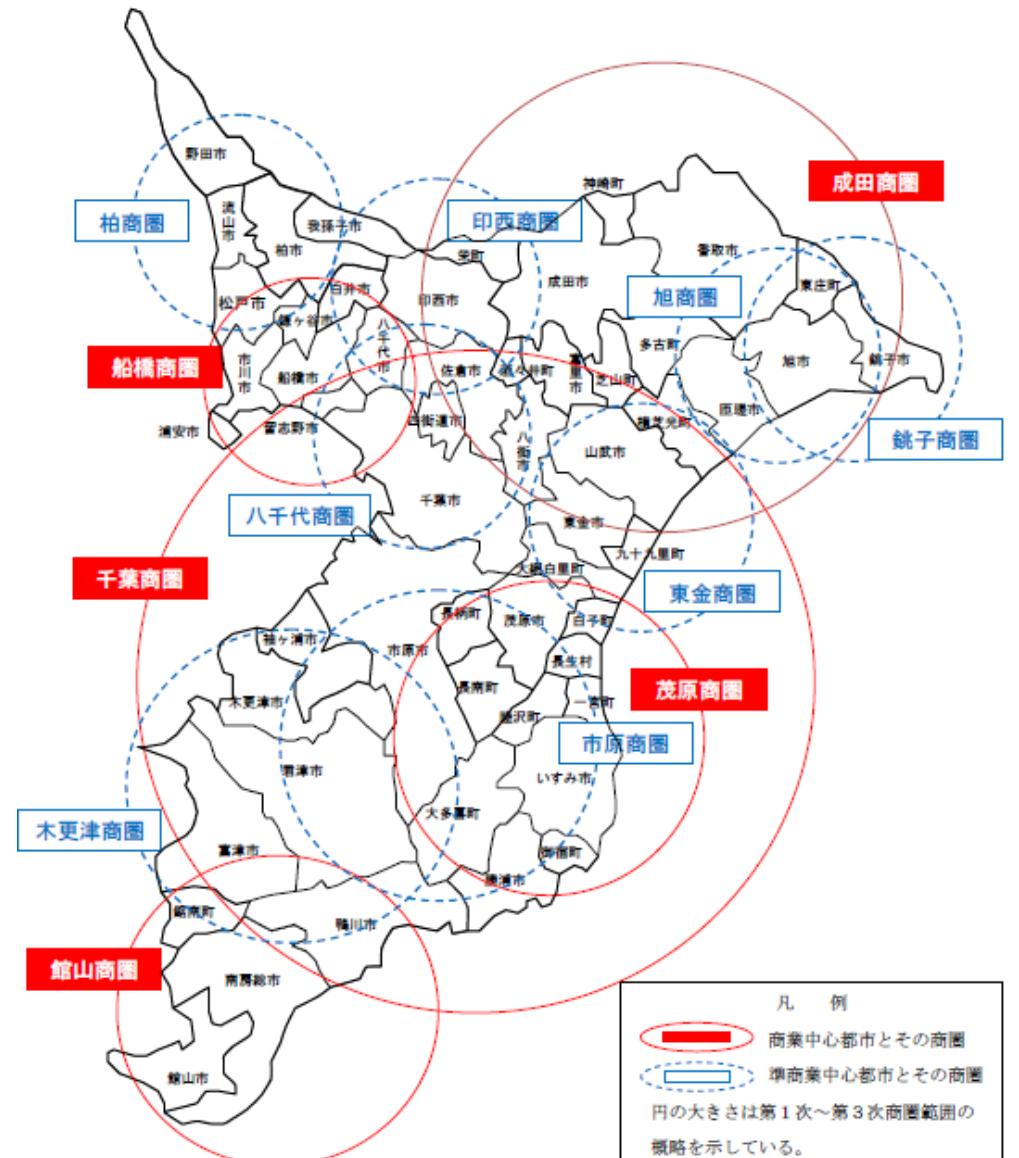
【図11】将来人口推計(地域振興事務所別) 単位:千人



注) カッコ内の数値は、平成22年→平成52年の変化率

資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月推計)」よりMURC作成

【図12】千葉県の主要商圏の分布



資料) 千葉県「千葉県の商圏 平成24年度 消費者購買動向調査報告書」(平成25年3月)

# 2. 千葉市産業の政策の方向性

「1. 千葉市産業の現状と課題」における「とるべき対応(課題)」

- 中核企業の誘致・育成と関連産業の集積促進  
(産業分野の視点・中核産業の立地状況より)
- 新たな企業立地の促進  
(産業分野の視点・中核産業の立地状況より)
- 既存製造業企業の事業高度化促進  
(産業分野の視点・中核産業の立地状況より)
- “域外から稼ぐサービス産業”の育成  
(産業分野の視点・サービス産業/中小事業者の状況より)
- 県東南地域との補完による新たな成長産業の育成  
(広域経済圏の視点より)
- 生産年齢人口の減少に歯止めをかけるための新たな雇用の場の創出  
(広域経済圏の視点より)
- 県東南経済圏の市民生活を支えるサービス産業の生産性向上  
(産業分野の視点・サービス産業/中小事業者の状況より)
- 千葉市を中心とした広域経済圏での市場形成  
(広域経済圏の視点より)
- 県東南地域との補完による新たな成長産業の育成  
(広域経済圏の視点より)
- 幕張メッセへの積極的なMICE誘致と経済効果の最大化  
(産業分野の視点・観光・MICEの動向より)
- 国際的な会議やイベントの誘致に向けた開催ポテンシャルのPR  
(産業分野の視点・観光・MICEの動向より)
- 観光資源の磨き上げ等による世界の観光需要の取り込み  
(産業分野の視点・観光・MICEの動向より)
- 県東南地域との補完による新たな成長産業の育成  
(広域経済圏の視点より)
- チャレンジ精神に富む産業人材の育成・輩出  
(広域経済圏の視点より)

## 「政策の方向性」導出

### 1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長

- 競争力のある中核企業の集積促進
- 地域経済の成長が図られる環境の構築

### 2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築

- 持続的に発展する地域づくりや地域経済の活性化
- 市民生活を支える地域密着型サービス産業の振興

### 3. MICE誘致・観光プロモーションによる世界の観光需要の取り込み

- 経済波及効果の大きいMICE誘致の促進
- 効果的なプロモーション等による世界の観光需要の取り込み

### 4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出

- 将来の地域経済を牽引するスタートアップ企業の輩出
- 学生・女性・シニア等の安定的な就労環境の確保
- 将来の地域経済の担い手となる産業人材の育成

# 3. クロスSWOT分析による施策の検討

- ✓全国的な水準、観点からの千葉市における代表的な強み・弱み、機会・脅威を抽出、整理
- ✓クロスSWOT分析により、施策を検討

|      |               | 外部環境   |   |
|------|---------------|--|---|
|      |               | 機会 (Opportunities)   | 脅威 (Threats)  |
|      |               | O1. 国による成長戦略の策定・地域経済の活性化に関する支援<br>O2. 東京五輪の開催<br>O3. 社会経済情勢の変化に伴う消費者意識の多様化、安全志向の高まり  | T1. 企業のグローバル競争の激化<br>T2. 国内における企業立地を巡る厳しい競争環境<br>T3. 人口減少等に伴う国内需要の停滞  |
| 内部環境 | 強み (Strength) | <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <b>【積極攻勢】 強みS×機会O</b><br/>           ★「機会」を活かして「強み」をどう伸ばすか？         </div> S1. 千葉大学医学部・亥鼻IPの存在<br>S2. 幕張新都心地区におけるMICE関連施設の立地<br>S3. 臨海部の産業集積<br>S4. 国内外への交通アクセス<br>S5. 政令市としての人口集積・市場規模<br>S1×O1: ①ヘルスケア関連産業クラスターの形成<br>S3×O1: ②臨海地域の産業競争力強化<br>S2×O2: ③地域経済効果を最大化するMICE誘致・開催、国際的イベントの誘致<br>S1・S5×O1・O3: ④スタートアップ企業の輩出による産業の担い手育成<br>S4×O2: ⑤観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化<br>S1×O1・O3: ⑥市内企業への安定的な就職の支援と産業人材の育成 | <div style="background-color: #2980b9; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <b>【差別化】 強みS×脅威T</b><br/>           ★「強み」を活かして「脅威」をどう克服するか？         </div> S1×T2: ①ヘルスケア関連産業クラスターの形成<br>S3×T1: ②臨海地域の産業競争力強化<br>S4×T2: ⑦企業立地活動の推進による産業の集積と高度化<br>S5×T3: ⑧市民生活を支えるサービス産業の振興 |
|      | 弱み (Weakness) | <div style="background-color: #3498db; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <b>【弱点補強】 弱みW×機会O</b><br/>           ★「機会」を活かして「弱み」をどう補うか？         </div> W1. 地域ブランディング力の低さ<br>W2. ものづくり産業の集積の低さ<br>W1×O1: ⑤観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化<br>W1×O1・O3: ⑨魅力的な食品・農産品の高付加価値化  | <div style="background-color: #7ed321; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <b>【基礎力強化】 弱みW×脅威T</b><br/>           ★「弱み」に対する「脅威」をどう回避するか？         </div> W2×T3: ⑩地域中小・小規模事業者の持続的な発展の支援  |

# 4. 政策の方向性 < 1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長 >

■収益力が高く地域外でも競争力のある中核企業の集積を促すことにより、市外需要（外需）を獲得するとともに、県東南を含めた広域経済圏の雇用を維持・拡大し、地域経済の成長が図られる環境を整備する。

| 施策  | 事業展開の方向性  |
|---|---|
| <p>■ヘルスケア関連産業クラスターの形成</p> <p>千葉大学（医学部・薬学部・看護学部）を中核とした先端医療分野（創薬、バイオ、ヘルスケア、介護等）の立地優位性や、亥鼻イノベーションプラザのインキュベーション機能を活かした高付加価値ヘルスケア関連産業クラスターを形成する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>●千葉大学・医学部附属病院やその他関連機関と、新製品・サービスの開発を目指す企業との連携促進。</li> <li>●医療・介護・福祉の現場ニーズの把握と、企業への情報提供。</li> <li>●健康寿命の延伸へ向けた予防医療関連企業の重点支援。</li> <li>●トライアル発注制度や、希望取引先への直接的な仲介といった、販路開拓に重点を置いた支援。</li> <li>●亥鼻イノベーションプラザの卒業後の施設として、高レベルの研究に耐えるポストインキュベーション施設整備の事業可能性の検討。</li> </ul>   |
| <p>■臨海地域の産業競争力強化</p> <p>臨海地域の企業が国際展開を図る中で、東アジア各国を含めた他都市の同種産業の集積エリアと比較し、より高い競争力を確保できるエリアとなることを目指す。</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●新たな設備投資を促すための規制の見直し。</li> <li>●立地企業の競争力強化につながる再投資支援。</li> <li>●立地企業間の連携の促進。</li> <li>●製鉄などの工業プロセスから副次的に発生する水素エネルギーの活用。</li> </ul> <p>&lt;臨海地域&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓蘇我地区の京葉工業地帯の一翼を担う鉄鋼・電力等の素材型産業の集積地域。</li> <li>✓中央港・新港地区の、千葉食品工業コンビナートを中心とした、食品、製造・運輸業、自動車整備・自動車小売業等の集積地域。</li> </ul> |
| <p>■企業立地活動の推進による産業の集積と高度化</p> <p>収益力が高く競争力を持つ市外企業の誘致と、市内企業の追加投資を促進することにより、本市産業の集積と高度化を図る。</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●国の方向性や本市の産業集積状況等も考慮した企業立地補助制度の弾力的な改善と誘致活動の強化。</li> <li>●誘致企業の定着へ向けた支援。</li> <li>●今後成長が見込まれる産業を集積し、安定した雇用・税収基盤を確保していくため、新たな産業立地基盤の整備へ向けた検討を行う。</li> </ul> <p>&lt;重点産業の設定&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・先端・素材型ものづくり関連産業</li> <li>・食品・健康生活実現型産業</li> <li>・IT・クリエイティブ関連産業</li> </ul>                |

### 3. 政策の方向性 < 2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築 >

■高品質で魅力ある産品・サービスの開発、新市場の開拓、戦略的な情報発信など、地域の中小企業・小規模事業者とともに持続的に発展する地域づくりや地域経済の活性化を図る。とりわけ、高齢者市場の開拓を積極的に促進し、市民生活を支える地域密着型サービス産業の振興を推進する。

| 施策  | 事業展開の方向性  |
|---|---|
| <p>■ 地域中小・小規模事業者の持続的な発展の支援</p> <p>地域の雇用及び住民生活の両面において地域社会に与える影響の大きい、中小・小規模事業者の持続的な発展を支援することにより、地域経済の好循環を実現する環境を構築する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 中小・小規模事業者全般を対象とした事業展開。</li> <li>● 企業・大学・研究機関等との連携を強化し、各団体が持つ様々な資源を有効に活用できる環境の構築を図る。</li> <li>● 市内企業が、自らの事業領域に関連した地域課題の解決を図ることにより、企業価値の向上との両立を目指す戦略的CSRの取組みを支援。</li> <li>● 高い技術力と収益力を持つニッチトップと言える企業・産業の育成を重点支援。</li> <li>● 産業振興財団のコーディネーターの機能強化を図り、販路開拓支援・商品開拓支援・技術支援等の多様な支援ニーズにきめ細かく対応する</li> </ul>          |
| <p>■ 魅力的な食品・農産品の高付加価値化</p> <p>産品のブランド化などを通じて「千葉県産だからこそ選ばれる」といった、魅力的な食品や農産品の高付加価値化を図る。</p>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品関連事業者・生産者を対象とした事業展開。</li> <li>● 消費者の嗜好やトレンドを踏まえた産品の品質向上を目的とした、市内の事業者や生産者が消費者ニーズを把握する機会の提供。</li> <li>● 事業者・生産者毎に利益を最大化させる販路は異なるため、それぞれの方針に応じた販路（取引先）に対する商談機会の提供。</li> <li>● 千葉県産品のブランド化へ向けて、産品の認知度を向上させるプロモーションを実施。</li> <li>● ターゲットとする市場は本市から近い大消費地である東京を中心とする</li> <li>● 国や県の制度の活用や、広域的な連携も検討。</li> </ul> |
| <p>■ 市民生活を支えるサービス産業の振興</p> <p>高齢化の進展や人口減少という課題への対応といった需要に対応した、地域内の市民ニーズを取り入れた地域を支えるサービス産業を振興する。</p>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の生活を支えるサービス産業を対象とした事業展開。</li> <li>● 先進的な取り組み事例の収集や広報・周知や勉強会等の開催を通じて、生産性向上や顧客満足向上へ向けた機会を提供していく。</li> <li>● 千葉県産業振興財団の機能強化（特にコーディネーターの機能強化）を図り、販路開拓支援・新サービス開拓支援等の多様な支援ニーズにきめ細かく対応する。</li> <li>● 企業・大学・研究機関等との連携を強化し、各団体が持つ様々な資源を有効に活用できる環境の構築。</li> </ul>  |

### 3. 政策の方向性<3. MICE誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み>

- 経済波及効果の大きいMICE誘致を促進するとともに、県東南部の観光資源との連携等を通じて、各種観光資源・エリアの魅力を発掘し、効果的なプロモーションをかけていくことによりトータルな千葉ブランドを確立し、国内旅行者だけでなく、急速に成長するアジアを始めとする世界の観光需要を、「おもてなしダイバーシティ」戦略のもと取り込む。

| 施策   | 事業展開の方向性   |
|--|--|
| <p>■地域経済効果を最大化するMICE誘致・開催、国際的イベントの誘致</p> <p>MICEの誘致・開催を推進することにより、ビジネスの機会やイノベーションを創出し地域への大きな経済効果を生み出すとともに、都市の競争力・ブランド力を向上を図る。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>●ちば国際コンベンションビューローと連携した、MICE誘致活動の強化。</li> <li>●外国人観光客を中心とした来訪者への各種情報提供や、施設・店舗等の割引、又、快適に滞在できる環境提供など、おもてなしの仕組みの構築</li> </ul>   |
| <p>■観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化と「おもてなしダイバーシティ」の実践</p> <p>観光都市としての千葉市の魅力向上を図り、その魅力を誰もが享受できるように観光資源・サービスを整えることで国内外からの集客を促進する。</p>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>●千葉市観光協会サイトの充実化と機能強化を図るとともに、広報宣伝の機会を増やす。</li> <li>●モスリムを含む外国人客が、人種・信条・性別・言語に基づくハンデなく本市の魅力を満喫できるように、観光素材の開発や体験インフラを整備する「おもてなしダイバーシティ」を推進する。</li> <li>●市内の海と緑を観光の核とする「ブルー&amp;グリーン」戦略をもとに、それらを舞台に楽しめる「体験」「グルメ」の素材発掘と体験機会の創出を目指す。</li> <li>●グリーン（内陸部）においては、市内農家の新鮮な農産物や地元の食材を用いた料理を提供する「農家レストラン」をオープンする。</li> <li>●5つの海浜部それぞれの特色が際立つようにPRし、海辺の楽しみの多彩さを創出する。</li> </ul> |

### 3. 政策の方向性 < 4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出 >

- 多様なビジネスチャンスが創造しやすい大都市としての強みを活かした起業を支援し、将来の千葉市経済を牽引する多様な成長産業が生まれやすい環境を整えていく。
- 学生等の若年層、女性・シニア等の多様な人材の就労支援を行い、市内企業の安定的な雇用環境を確保するとともに、地域経済の新たな担い手を育成する。

| 施策  | 事業展開の方向性   |
|---|--|
| <p>■スタートアップ企業の輩出による産業の担い手育成</p> <p>スタートアップ（起業）を促進することにより、将来の千葉市経済を牽引する成長産業が生まれやすい環境を整え、地域経済の新たな担い手の育成を図る。</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●起業家人材の発掘・起業へ向けた支援・技術シーズの掘り起しと事業化へ向けた支援といった、起業準備段階から、事業化に成功しインキュベーション施設を卒業する段階まで、企業の成長段階に応じた支援を実施。</li> <li>●特に、トライアル発注制度や、希望取引先への直接的な仲介といった、販路開拓に重点を置いた支援を強化。</li> </ul>   |
| <p>■市内企業への安定的な就職の支援と産業人材の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢就職活動を控えた市内大学生を対象に、市内企業の情報発信により就職活動に対する視野を広げさせ雇用のミスマッチを防ぐことにより、市内における将来的な労働者人口を確保する。</li> <li>➢一般求職者向けの就労支援を行い、市内企業への安定的な雇用環境を維持する。</li> <li>➢本市企業の成長にとって最大の資源である、チャレンジ精神に富む産業人材の育成を図る。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>●市内の大学生を中心とした求職者が、市内企業に関する情報へアクセスしやすい環境を整備することにより、市内企業への就職を促していく。</li> <li>●小～高校生を対象にしたキッズ・アントレプレナーシップ教育により、経済活動を中心とした世の中の仕組みに対する意識の向上や、将来の職業選択へ向けた能力開発のきっかけを提供し、将来の産業人材の育成を図る。</li> <li>●大学生を対象としたキャリア教育により、就職へ向けた具体的な職種や企業の選択に対する意識の向上、又、能力開発へのきっかけを提供し、雇用のミスマッチを防ぐ。</li> <li>●女性の活躍に対する支援を実施。</li> </ul> |